

Студент 5 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## **РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ КАК ЧАСТИ КОРПОРАТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ КОМПАНИИ V-CONSULTING**

*Аннотация. Исследованы и сформулированы основные разделы Мастер-плана, а также составлены рекомендации по каждому из них для консалтинговой компании V-consulting.*

*Анотація. Досліджено та сформульовано основні розділи Майстер-плану, а також запропоновано рекомендації за кожним з них для консалтингової компанії V-consulting.*

*Anotation. The main sections of the Master-plan have been studied. Recommendations on each of them for a consulting company "V-consulting" have been made.*

*Ключевые слова: Мастер-план, принципы и корпоративная философия, имидж, внутренний имидж.*

*Мир как мозаика, наша задача – его сложить.*

В современном бизнесе все чаще употребляются слова "имидж" и "репутация". Эти две составляющие образуют прочный фундамент, на котором базируются все ценности компании. Поэтому самодостаточные руководители стремятся уделять большое внимание своему имиджу и своей репутации, а это путь, который приводит к успеху. Благодаря положительному имиджу компании именно ее продукт или услуга более востребованы. У каждой компании свой путь к формированию положительного имиджа. Но побеждает тот, кто знает правила и законы управления имиджем.

Для формирования имиджа, как личного, так и корпоративного, необходимо постоянное приложение сил с начала функционирования компании. Для этого должна быть четко и ясно прописана имиджеформирующая система. И такая система полностью входит в Мастер-план, который помогает компании построить крепкий фундамент для формирования эффективного внутреннего и внешнего имиджа.

Для компании V-consulting, например, составление Мастер-плана положительно отразится на её имидже и будет способствовать максимизации прибыли, повышению привлекательности предлагаемых услуг, а также лояльности клиентов.

Закладка фундамента при построении Мастер-плана – это то, на чем будут базироваться все ценности компании. Фундамент обеспечивает создание, развитие и сохранение положительного имиджа компании. Основными составляющими фундамента являются принципы, положение о цели создания компании, корпоративная философия, долгосрочные цели компании и ее стандарты. Стандарты делятся на две группы: на стандарты поведения и стандарты одежды.

Принципы – это обобщенные представления, которые дают возможность тем, кто на них опирается, верно формировать свое поведение, свои действия, свое отношение к работе.

Принципы компании V-consulting:

**Уважение.**

*"Уважать всякого человека, как самого себя, и поступать с ним, как мы желаем, чтобы с нами поступали, выше этого нет ничего"* (Конфуций).

**Оригинальность.**

*"Не хочешь конкурировать – стань уникальным"* (Равиль Алеев).

**Честность.**

*"Честность – лучшая политика"* (Английская пословица).

**Делать больше.**

*"Путь в тысячу миль начинается с первого шага!"* (Конфуций).

**Бескорыстие.**

*"Благородно только то, что бескорыстно"* (Жан Лабрюйер).

**Вежливость.**

*"Истинная вежливость заключается в благожелательном отношении к людям"* (Жан Жак Руссо).

**Профессионализм.**

*"Профессионал – человек, который может делать свою работу, когда она ему не по душе"* (Джеймс Эгейт).

*"Стремясь к успеху, надо стремиться и к совершенству"* (Элизабет Доул).

**Умение слушать.**

*"Ищите людей, разговор с которыми стоил бы хорошей книги, и книг, чтение которых стоило бы разговора с философами"* (Пьер Буаст).

**Вера.**

*"Если в тебе недостаток веры, то бытие не верит в тебя"* (Ляо-цзы).

Для того чтобы формирование принципов и их использование было реальным, необходим контроль над использованием принципов и их жизнедеятельностью в компании.

Прописывая принципы, на которые должны опираться сотрудники компании "от самых верхов до самых низов", правильно ориентируя их на выполнение поставленных задач в соответствии с этими принципами, руководство компании надеется на то, что, приняв и следуя этим принципам, сотрудники будут корреспондировать свои действия и поступки с ними.

Положение о цели создания компании определяет обязанности сотрудников компании и ориентирует на выполнение обещанных услуг. Положение о цели создания – это внутренняя движущая сила компании.

Цели создания компании нужны для того, чтобы обучать людей посредством тренингов:

искусству улучшения качества своей жизни;

достижению поставленных результатов;

умению лучше понимать себя;

деловой коммуникации;

искусству межличностной коммуникации.

Корпоративная философия, основываясь на принципах и целях создания компании, включает в себя основные и самые главные ценности V-consulting, которые затем должны превратиться в личную миссию компании.

Курс Мастер-плана:

**Мы слышим каждого клиента.**

*"Такт – умение описать других так, как они видят себя сами"* (Авраам Линкольн).

**Мы показываем как.**

*"Единственный разумный способ обучать людей – это подавать им пример"* (Альберт Эйнштейн).

**Мы любим свое дело.**

Долгосрочные цели компании необходимы, чтобы было видно, в какую гавань плывет корабль и что его ждет дальше. Долгосрочные цели "V-consulting":

- Поддерживать имидж лучшей консалтинговой компании.
- Стремиться к совершенству и только к развитию компании.
- Освоить рынки проведения тренингов в странах СНГ.
- Достичь мирового уровня компании.

Корпоративные стандарты – это правила и стандарты, регулирующие деятельность компании и нормативные документы, закрепляющие эти правила.

Основное требование к внешнему виду сотрудников – это опрятность, естественность и чистота. Работа компании выстроена таким образом, что офис компании посещают клиенты и партнеры, и, согласно современным тенденциям европейских стран, сотрудникам надо соблюдать деловой стиль одежды.

Закладка фундамента – это первый шаг в формировании как Мастер-плана, так и всей имиджеформирующей системы. Второй шаг – это формирование внешнего имиджа компании. Здесь ведущие руководители уделяют очень много внимания и знают, что рассчитывать на быстрый результат невозможно. Исследования показывают, что сначала мы работаем на репутацию, а потом репутация работает на нас. Исследования показывают, что быстрый результат невозможен. В Мастер-плане этот раздел базируется на следующих элементах: осязаемый имидж, качество продукта, реклама, общественная деятельность, связи со СМИ, связи с инвесторами, отношение персонала к работе.

*"Преобладание положительного настроения должно стремиться к бесконечности в каждом из нас".* И то, как эту бесконечность реализовать без перебора, и заключается в задачах компании, ведь главное – не чтобы корабль отплыл, главное, чтобы он выстоял в шторм.

Осязаемый имидж создается из восприятия бизнеса заказчиком при помощи пяти чувств. Название фирмы и ее лозунг – самые заметные элементы в имиджеформирующей системе.

Лозунг компании – "Меняйся – ты лучший". Следует отметить, что слово "меняйся" заставляет задуматься и переосмыслить что-то в себе и сделать шаг к верному пути.

В деятельности компании качеству продукта, будь то товар или услуга, следует уделять большое внимание, так как оно имеет значительное влияние на приверженность клиентов. Продуктом компании V-consulting является предоставление тренингов, которые меняют жизнь человека.

Также компания осуществляет рекламу через такие средства массовой информации, как: печатная реклама в специализированных журналах, видеоролики на центральных каналах страны и международных каналах, реклама на билбордах.

Внутренний имидж компании в глазах ее сотрудников – это атмосфера внутри компании, отношение сотрудников к руководителям и политике компании. А преданность сотрудников своей фирме и энтузиазм – это сердцевина внутреннего имиджа. В Мастер-плане внутренний имидж основывается на таких элементах, как: кадровая политика компании, ориентация и тренинг сотрудников, программы поощрения сотрудников, финансовое планирование имиджа.

Неосязаемый имидж – это ответная реакция на осязаемое.

Существует три уровня эмоциональных связей с клиентом: вежливость, умение поблагодарить партнера (клиента), умение затронуть самую чувствительную струну клиента. Эти три уровня закреплены в принципах компании, которые прививаются сотрудникам и должны неоспоримо соблюдаться.

Таким образом, проведенная работа по составлению Мастер-плана для консалтинговой компании V-consulting является еще одним шагом на пути к формированию положительного имиджа компании.

Таким образом, в разделе "Закладка фундамента" были сформулированы принципы, основные положения о цели создания компании, корпоративная философия, долгосрочные цели фирмы и стандарты внешнего вида и поведения сотрудников. Всем сотрудникам необходимо придерживаться данных ключевых ценностей и правил. В разделах "Внешний имидж", "Внутренний имидж" и "Неосязаемый имидж" автором работы были сформированы мероприятия по совершенствованию имиджевой составляющей процесса работы фирмы, ее персонала и компании в целом.

***Путь в тысячу миль начинается с первого шага!***  
**Конфуций**

*Научн. рук. Седова Л. Н.*

---

**Литература:** 1. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. – СПб. : Изд. "Питер", 2000. – 224 с. 2. Методические рекомендации по самостоятельному изучению раздела 2 курса "Этика делового общения" для студентов всех специальностей всех форм обучения / сост. Л. Н. Седова, Л. Э. Добрунова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. – 152 с. 3. Седова Л. Н. Могущество имиджа : учебн. пособ. Ч. 2 / Л. Н. Седова. – Х. : Изд. ХНЭУ, 2005. – 400 с.